

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
Блогинг

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Работа с социальными медиа»


Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.03.02

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП


И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК


Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-1.3. Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем.

ИОПК-2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.

ИОПК-6.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ИПК-2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и осуществлять коммуникационно-маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда.

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, связанные с блоггингом, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

– Научиться в рамках деятельности блоггинга создавать и структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения;

- Овладеть приемами разработки и осуществления коммуникационно-маркетинговых кампаний и мероприятий в рамках продвижения бренда.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплинам по выбору.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 7, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Стилистические особенности русского языка», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Сетевые сообщества и субкультуры», «Социальные медиа»,

«Введение в имиджелогию», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Организация и проведение рекламных кампаний», «Технологии управления общественным мнением».

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с дисциплинами «Семиотика рекламы и связей с общественностью», «Основы брендинга», «Выборные технологии», подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– лекции: 12 ч.;

– практические занятия: 16 ч.;

- практическая подготовка: 2 ч. (практическая подготовка осуществляется на последней паре по УПП, в рамках практических занятий).

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. История появления блогов. Краткий обзор истории развития блогов, начиная от зарождения в виде онлайн-дневников до современных форм блогинга. Важные эпохи и моменты в развитии блогосферы. Знаковые фигуры и их вклад в развитие блогинга.

Тема 2. Блогинг как способ коммуникативной деятельности. Роль блогинга в современном информационном обществе. Виды коммуникации через блоги и особенности каждого типа. Взаимодействие блогеров с аудиторией и средствами обратной связи.

Тема 3. Типы, виды, цели и функции блогов. Различные типы блогов по форме и контенту: текстовые блоги, фотоблоги, видеоблоги, аудиоблоги и т.д. Цели и функции блогов в разных сферах: личный блог, блоги о путешествиях, моде, кулинарии, технологиях и др. Значение блогов в информационном пространстве и их влияние на общественные процессы.

Тема 4. Создание блога: общая стратегия. Определение темы и целевой аудитории блога. Выбор платформы для создания и размещения блога. Создание уникального дизайна и интерфейса блога. Разработка контент-стратегии и планирование регулярных публикаций.

Тема 5. Продвижение блога. Основные стратегии продвижения блога: SEO-оптимизация, социальные медиа, гостевые публикации и др. Инструменты и методы продвижения контента: поисковая оптимизация, использование ключевых слов, аналитика и т.д. Привлечение аудитории и взаимодействие с ней: комментарии, обратная связь и др. Монетизация блога: возможности получения дохода от размещения рекламы, сотрудничества с брендами, создание собственных продуктов и услуг.

Тема 6. Монетизация блога. Варианты монетизации блога: размещение рекламы, партнерские программы, продажа собственных продуктов или услуг, спонсорство и др. Развитие стратегии монетизации для достижения финансовой стабильности. Сотрудничество с брендами и создание взаимовыгодных партнерских отношений.

Тема 7. Аналитика и оценка эффективности блога. Использование аналитических инструментов для оценки производительности блога: анализ трафика, охвата, взаимодействия с аудиторией и конверсий. Определение ключевых метрик и их

значения для оценки успешности блога. Планирование и реализация мероприятий по улучшению эффективности и развитию блога.

Тема 8. 8. Тенденции и будущее блогинга. Актуальные тенденции и инновации в блогинге. Развитие блогосферы и ее влияние на сферу массовой коммуникации. Прогнозы и предположения о будущем развитии блогинга и его роли в современном мире.

| № | Наименование разделов и тем | Всего (час.) | Совместная работа с обучающимся (час.) | | Самостоятельная работа (час.) |
|-----|---|--------------|--|-----------|-------------------------------|
| | | | лекции | семинары | |
| 1. | История появления блогов | 16 | 1 | 2 | 5 |
| 2. | Блогинг как способ коммуникативной деятельности | 16 | 1 | 2 | 5 |
| 3. | Типы, виды, цели и функции блогов | 16 | 1 | 2 | 5 |
| 4. | Создание блога: общая стратегия | 16 | 2 | 2 | 6 |
| 5. | Продвижение блога | 21 | 2 | 2 | 6 |
| 6. | Монетизация блога | 21,35 | 2 | 2 | 5 |
| 7. | Аналитика и оценка эффективности блога | | 2 | 2 | 5 |
| 8. | Тенденции и будущее блогинга | | 1 | 2 | 5,35 |
| 9. | КРто | 1,65 | | | |
| 10. | ИТОГО: | 72 | 12 | 16 | 42,35 |

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения коллоквиумов, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, решению кейсов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в седьмом семестре проводится в устной форме, в виде защиты итоговой работы/кейса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 3.0, сдают зачет по вопросам, не имея возможности сдавать зачет с помощью защиты итоговой работы/кейса*.

Требования к итоговой работе/кейсу:

Итоговая работа выполняется на примере создания персонального блога или продвижения блога конкретной организации/компании, давшей свое согласие на взаимодействие со студентами в рамках обучения по данной дисциплине. Работа выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению. Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/>

Задание для выполнения итоговой работы по дисциплине: Кейс по разработке и развитию успешного блога.

Цель исследования: разработка стратегии создания, продвижения и монетизации своего блога в выбранной нише.

Описание задания:

1. Описание выбранной ниши и целевой аудитории.
2. Описание стратегии создания блога, включая платформу, контент-стратегию и планирование публикаций, а также дизайн и интерфейс блога.
3. Презентация стратегии продвижения блога, включая использование различных методов и инструментов.
4. Описание стратегии монетизации блога, включая возможности размещения рекламы, продажи продуктов или услуг и др.
5. Анализ и оценка эффективности блога на основе собранных данных и использования аналитических инструментов.
6. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию блога.

Студенты должны представить свои презентации или записать видео-презентацию, в которой они детально расскажут о своем блоге и выполненной работе.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» / «не зачтено».

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/кейса:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Кейс проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Кейс проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Вопросы к зачету (*для студентов, набравших менее 3.0 баллов (средн. арифм.) за выполнение заданий на парах):

1. Как развивалась блогосфера и какие вехи в истории блогов можно выделить?
2. Какая роль блогинга играет в современном информационном обществе? 3. Какие виды коммуникации через блоги существуют и в чем их особенности?
4. Какие типы блогов существуют и какие цели они преследуют?
5. Какие компоненты составляют общую стратегию для создания блога?
6. Как осуществляется продвижение блога и какие методы и инструменты можно использовать?

7. Как можно монетизировать свой блог и какие возможности для получения дохода существуют?
8. Какие аналитические инструменты помогают оценить эффективность блога и какие метрики следует использовать?
9. Какие тенденции и новации можно заметить в современном блогинге?
10. Как блогинг взаимодействует с другими сферами коммуникации и какие изменения он вносит в массовые коммуникации?
11. Какой прогноз о будущем развития блогинга можно сделать и какую роль он сыграет в современном мире медиатехнологий?
12. Какие знаковые фигуры внесли существенный вклад в развитие блогинга?
13. Какие особенности взаимодействия блоггеров с аудиторией и какие инструменты обратной связи они используют?
14. Какие основные характеристики и потребности целевой аудитории могут возникать у блога в определенной нише?
15. Какая роль дизайна и интерфейса блога влияет на его эффективность и привлекательность для аудитории?
16. Какие методы можно использовать для SEO-оптимизации блога и повышения его позиций в поисковых системах?
17. Какие возможности предоставляются для гостевых публикаций и какие выгоды они могут принести блогу?
18. Какие основные подходы и инструменты монетизации блога для получения дохода от его популярности?
19. Какие основные метрики помогают оценить успешность блога и его достижения в развитии?
20. Как роль блогов и их влияние связаны с другими сферами массовой коммуникации, такими как журналистика, социальные медиа и др.?

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» / «незачтено».

Критерии выставления оценки на основе сдачи зачета по вопросам:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

11. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=15692>
- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- в) План практических занятий по дисциплине.
- д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Глухов А. П. Социальные медиа : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 39.03.03 "Организация работы с молодежью"] / А. П. Глухов ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551417>

2. Нургалева Л. В. Проблемы изучения виртуальных сообществ : учебно-методическое пособие / Нургалева Л. В. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2006. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000243881>
3. Спичева Д. И. Цифровой имидж (on- и off-line) : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"] / Д. И. Спичева ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551423>
4. Фещенко А. В. Современные технологии публикации и распространения информации в Интернет : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2010. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000405403>
5. Фещенко А. В. Технологии Веб 2.0 : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2009. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000385491>
6. Стаховская Ю. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет : учебно-методический комплекс / Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422675>
7. Бычкова М. Н. Имиджевые Интернет-технологии : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"] / М. Н. Бычкова ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000547534>

б) дополнительная литература:

1. Глухов А. П. Платформы социальных медиа: история, аудитории, возможности использования : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551440>
2. Глухов А. П. SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Н. А. Карнаухова ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551436>
3. Глухов А. П. Основы SMM: тренды, аудитории, платформы, аналитика : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551437>
4. Носова С. С. Блогинг : учебно-методический комплекс / С. С. Носова ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000461117>
5. Галкин Д. В. Системы искусственного интеллекта : учебно-методический комплекс / Д. В. Галкин ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000460667>
6. Галкин Д. В. Компьютерные игры как явление современной культуры : учебно-методический комплекс / Галкин Д. В. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244219>
7. Лукина Н. П. Идеология информационного общества : учебно-методический комплекс / Лукина Н. П. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск :

ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244290>

8. Стукова А. О. Социальные сети как пространство репрезентации и идентификации (на примере Instagram): выпускная бакалаврская работа по направлению подготовки: 51.03.01 - Культурология / Стукова, Алина Олеговна - Томск: [б.и.], 2019. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:10071>

Фещенко А. В. Социальные сети как инструменты электронного обучения: анализ опыта российских студентов / А. В. Фещенко // Информационные технологии в гуманитарных науках : тезисы докладов Международной научно-практической конференции, 21-22 сентября 2015 г., Красноярск. Красноярск, 2015. С. 70-73. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538787> в) ресурсы сети Интернет:

- открытые онлайн-курсы
- Информационно-справочные материалы портала «Лайкни. Все про Digital-маркетинг и SMM»: <http://www.likeni.ru/>
- Информационно-справочные материалы сайта Connect-Universum (модератор ресурса – кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ) :<http://connect-universum.com>
- Информационно-справочные материалы корпоративного сайта компании Ingate и ее медиа- и просветительские проекты: <http://www.ingate.ru/>
- Информационно-справочные материалы Cossa.ru - информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде: <http://www.cossa.ru/>
- Информационно-справочные материалы портала Web-агентства Web2Win, специализирующегося в тематиках интернет-маркетинга и интернет-бизнеса: <http://www.web2win.ru/>
- Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
- Интернет-ресурсы, обозначенные в Заданиях в Электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/>

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

15. Информация о разработчиках

Глухов Андрей Петрович, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.